

Come la scarpa casual sta dominando il mercato

LA SNEAKERS-MANIA

La tendenza ad indossare sneakers è sempre maggiore, anche nell'alta moda

Jacopo Cappelletti

Le sneakers, oggi, stanno sempre più diventando le calzature di riferimento all'interno del panorama della moda. Sono molti gli esempi che testimoniano questa *escalation*: dalla presenza sempre più frequente all'interno delle sfilate, passando all'attenzione dedicata dai designer di prim'ordine, arrivando agli outfit di tutti i giorni (e non solo!).

Le sneakers nell'alta moda

Essendo molto appassionato di questo mondo, sento decisamente il cosiddetto “hype”, ossia chi attende con ansia l'uscita di alcuni modelli che, nella maggior parte dei casi, sono quelli prodotti da designer di livello internazionale. Ad esempio, la sneaker dell'anno 2017 può tranquillamente essere definita l'Air Jordan 1 X Off-White, consistente nella collaborazione fra il marchio Jordan

(di proprietà Nike) e il designer della casa di moda Off-White, Virgil Abloh (recentemente nominato direttore creativo, per la sezione uomo, di Louis Vuitton). Questa collaborazione non si limitava unicamente a questo modello, ma comprendeva 10 differenti scarpe che oggi, sul mercato del *resell* (rivendita), si trovano a prezzi anche quintuplicati. Altri esempi importanti possono essere le collaborazioni sempre fra il brand statunitense Nike e Riccardo Tisci, nuovo direttore creativo di Burberry e, fino al 2017, di Givenchy, che prosegue da alcuni anni.

Il termine *sneakers* deriva dal verbo inglese *to sneak*, muoversi silenziosamente. La maggior parte delle sneakers, infatti, a causa della suola in materiale morbido (come la gomma), non provocano rumori durante la camminata.



Nike Air Force 1 x Riccardo Tisci

Proprio la presenza nel mondo delle sneakers di queste figure legate al mondo dell'alta moda, oltre che alla diffusione di alcuni modelli creati proprio da case vere e proprie, in primis Balenciaga (ma non dimentichiamoci di Gucci!), ha fatto sì che la “cultura sneakers” si diffondesse a macchia d'olio.

Il mondo degli influencer e il loro rapporto con le sneakers

C'è un altro elemento legato a questo interesse sempre crescente per le sneakers: gli influencer. Molto spesso, un certo modello di scarpa diventa oltremodo ricercato, perché indossato da un personaggio influente nel mondo dei social. L'esempio chiave di questa tendenza è Kanye West, celebre rapper americano che ha portato il *boom* di alcuni marchi ed è arrivato a lavorare con Adidas, per la creazione di una propria linea di calzature (Yeezy) che è in continua crescita. Egli, tuttavia, non è l'unica persona del mondo della musica a collaborare con queste grandi aziende: un altro esempio rilevante può essere considerato Pharrell Williams che collabora sempre con Adidas o, all'interno del nostro paese, il rapper Sfera Ebbasta che ha recentemente lavorato con Nike per la creazione di una propria sneaker.



Un esempio di Adidas in collaborazione col rapper Kanye West (Yeezy Boost 350 v2)

Come anticipato, molte case di moda di alto livello hanno sfruttato questa crescente tendenza per produrre le proprie sneakers di riferimento che, in certi casi - ad esempio le Balenciaga Triple S Trainer - hanno creato una vera e propria tendenza, quella delle cosiddette “daddy shoes”, scarpe da papà (denominazione che deriva dalla forma delle scarpe indossate dai padri statunitensi negli anni



Balenciaga Triple S

'90). Altre case, come Gucci, hanno creato sneakers più semplici che, tuttavia, hanno avuto grande successo, anche grazie alla firma che si trova alle spalle.

Il prezzo di alcuni modelli è davvero giustificato?

Ovviamente, queste sneakers non hanno prezzi propriamente accessibili a tutti, sia a causa della casa di moda che le produce,

sia, si presume, per una qualità dei materiali di prim'ordine. Ma è davvero così? E la produzione di queste sneakers avviene sulla base della sostenibilità oppure no?

Purtroppo, ormai non è più certa la coincidenza tra firma e qualità. Le sneakers di quasi tutte le case di alta moda sono prodotte in Cina e solo alcuni prodotti più elaborati e limitati hanno ancora quel certificato molto prestigioso che è il “Made In Italy”. La produzione delocalizzata comporta anche

una mancanza di sostenibilità (si produce dove la manodopera si paga poco e dove i costi per rispettare le norme, peraltro decisamente deboli o facilmente aggirabili, sono bassi) e la presenza di materiali che sono, praticamente, quelli comuni, presentati da aziende che si rivolgono ad un target generale.

Nonostante un generale calo di qualità, queste marche hanno sempre una grande attenzione, dovuta alla firma, che difficilmente svanirà.



Vans Old Skool

Tuttavia, è sempre più diffusa, anche tra influencer e personaggi di spessore del panorama della moda, l'abitudine di indossare sneakers *low-budget*. Capita spesso, ormai, di vedere ai piedi delle celebrità sneakers alla portata di tutti come delle comuni Vans o delle Converse (entrambe possono essere acquistate con cifre inferiori agli 80 euro).

La sintesi di classico e innovativo nelle sneakers del momento

Ma come si stanno comportando le grandi aziende del mercato delle sneakers in questo momento? Si può dire che, attualmente, l'idea sia quella di conciliare la ricerca di materiali innovativi, senza abbandonare i modelli classici, riproponendo rivisitazioni di calzature che avevano spopolato anni (o persino decenni!) fa.

Pensando a Nike, sono molti i modelli di sneakers che la casa di Beaverton sta riproponendo a distanza di anni: dalle Jordan, indossate dall'omonimo Michael campione NBA, alle Air Max che hanno fatto il loro primissimo ingresso nel mercato negli anni '80. Spesso, questi modelli storici sono riprodotti con materiali più innovativi come il *knit* (nel caso di Nike il *Flyknit*, un tessuto leggerissimo, resistente e traspirante) che è molto presente anche nelle sneakers di altre aziende, in primis Adidas (che adotta la terminologia *Primeknit*). La casa tedesca, sta compiendo un lavoro leggermente differente da quello di Nike, la rivale principale sul mercato, in quanto, oltre a mantenere modelli classici come le Stan Smith, le Superstar o le Gazelle, sta

Quello delle sneakers è anche un mondo di collezionisti, in cui determinati modelli possono arrivare a costare diverse migliaia di dollari.

riproponendo sul mercato modelli del passato completamente rivisitati o con delle forti differenze. Anche le sneakers più note del marchio tedesco hanno ormai varianti che presentano la tecnologia *Boost* nell'intersuola, che, coniugata al già citato *Primeknit*, permette di creare scarpe leggere e comodissime che, seppur studiate principalmente per l'attività sportiva, vengono utilizzate anche nella moda casual.



Adidas Stan Smith

La sneaker più venduta di Adidas è la Stan Smith, prodotta nel 1971 e denominata così in onore dell'omonimo tennista statunitense che fu invitato ad indossarla per la prima volta. Il modello ha avuto un grande successo ed è stato riportato sul mercato nel 2011 e, poi, stabilmente, nel 2014.

Proprio la ricerca dei materiali e lo studio di nuove tecnologie caratterizzano questo tipo di calzatura rispetto ad altre che, spesso, mantengono invariata la loro struttura. Con questo, non si intende dire che tutte le altre scarpe non valgano una sneaker, ma che un modello tradizionale presenta, di solito, materiali “premium” (come pelli di qualità) che non si continuano ad evolvere, in quanto già di alto livello. Potremmo definire le sneakers come delle calzature in continua evoluzione, come delle scarpe che attirano coloro che vogliono stare al passo coi

tempi e le nuove tecnologie, ossia, nella maggior parte dei casi, i giovani. Nelle sneakers, come già anticipato, c'è un continuo susseguirsi di novità che porta vantaggi all'una o all'altra azienda.

Ad esempio, lo scorso anno è stato caratterizzato dal dominio del già citato *Boost* di Adidas, ma anche l'altra “big”, Nike, non è stata a guardare e ha proposto delle vere e proprie sneakers futuristiche: dapprima le Vapormax, le prime scarpe Nike con l'*air unit* (ossia la zona della suola in cui è presente l'aria compressa che rende più confortevole e responsiva la scarpa) completamente visibile e scoperto da protezioni e, soprattutto con le HyperAdapt, sneakers che hanno un costo da boutique, giustificato da una tecnologia vista solo nei film, che permette l'allacciatura automatica delle stringhe.



Nike Air Vapormax

I motivi della diffusione di massa delle sneakers

Si può concludere, dicendo che, ormai, lo *streetwear* stia spopolando sempre più (come testimonia il fatto che le figure nate insieme a brand di questo tipo stanno sempre più facendo strada tra le firme principali) e con esso l'interesse per le sneakers che, dopo un primo momento in cui era fortissimo soprattutto oltreoceano, ha iniziato ad estendersi anche nel resto del mondo.

Le sneakers sono le scarpe che indossiamo quando vogliamo stare comodi, ma non solo; possono essere usate per diverse attività sportive (in palestra, per fare jogging, ecc.), ma anche per andare a scuola o al lavoro: chissà, magari un giorno le vedremo addirittura negli uffici!

La tecnologia *Boost*, che sta spopolando negli ultimi anni, non è stata ideata da nessuna grande casa calzaturiera. Coloro che l'hanno utilizzata, infatti, ne hanno acquistato i diritti da un'azienda tedesca. Questa tecnologia, prevede la presenza di una suola realizzata con una particolare schiuma (all'aspetto simile al polistirolo) che permette l'assorbimento e la restituzione dell'energia utilizzata per il movimento in maniera molto efficace.

Se all'interno del mondo delle calzature eleganti la scelta può essere limitata a poche varianti, "nell" universo sneakers" i modelli e, soprattutto, i colori, sono davvero infiniti, tanto da far nascere una vera e propria forma di collezionismo tra gli appassionati maggiori.

Una delle principali aziende nel campo delle sneakers, Adidas, ha recentemente annunciato di aver venduto un milione di paia prodotte con la plastica abbandonata negli oceani: un grande passo avanti per ciò che riguarda la sostenibilità.

In ogni caso, proprio questa loro versatilità permette una diffusione in continua crescita, a partire dai giovani, estendendosi anche a fasce di età più avanzate e il mercato permette continue evoluzioni e innovazioni che consentono il persistere dell'interesse ad esse relativo.



Adidas Ultraboost